

Ресурсная зависимость и стратегии двусторонней платформы научного журнала

Аннотация

Статья посвящена исследованию ресурсной зависимости стратегий российских научных журналов от стейкхолдеров. Установлено, что бизнес-модель научного журнала представляет собой двустороннюю платформу специфического типа, когда ядро платформы является мультиуровневым, а целевая эффективность объекта исследования практически не связана с финансовыми результатами. Выявлены факторы, определяющие зависимость журнала от стейкхолдеров. На основании теории ресурсной зависимости и теории заинтересованных сторон доказано, что стейкхолдеры влияют на стратегический выбор журнала в отношении ряда характеристик, определяющих его целевую эффективность. Уточнено, что ключевым стейкхолдером научного журнала выступает его собственник. Выделены основные стратегии реагирования научного журнала на требования стейкхолдеров в зависимости от имеющихся у них ресурсов. Установлены причины снижения уровня целевой эффективности российских научных журналов. Полученные результаты могут быть полезны ученым и практикам, работающим на рынке исследований.

ВВЕДЕНИЕ

Российский рынок исследований претерпевает масштабные изменения. В этой связи научные журналы как способ взаимодействия участников данного рынка также вынуждены трансформироваться. Эффективность этой трансформации, отраженная в разного рода рейтингах, достаточно активно обсуждается в работах отечественных ученых (см., например, [1–4; 6–8; 10; 11]), однако способы и приемы достижения результатов не исследуются.

Цель статьи – обоснование выбора стратегии реагирования научного журнала на требования стейкхолдеров в зависимости от их ресурсов.

Реализация данной цели обуславливает уточнение нескольких важных моментов. Во-первых, необходимо определить специфику бизнес-модели научного журнала; выделить стейкхолдеров. Методологической основой в решении этой задачи послужили концепция платформ, теория ресурсной зависимости и стейкхолдерский подход. Во-вторых, требуется выделить параметры целевой эффективности стейкхолдеров, которые позволят обосновать выбор стратегии реагирования.

СПЕЦИФИКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА

Современная действительность демонстрирует огромное разнообразие бизнес-моделей. Бизнес-модель издательства научного журнала представляет собой двустороннюю платформу, где клиенты (читатели и авторы) связаны сетью посредством ядра – самого издания.

Изучение платформенных сетевых бизнес-моделей, впервые описанных в работе А. Гавье и М. Кусумано [22], в последние годы получило активное распространение (см., например: [20; 30; 33]). Платформенная бизнес-модель создает ценность, содействуя обмену между двумя и более независимыми группами, в особенности потребителями и производителям [29].

Платформа, в отличие от цепи создания стоимости (pipeline), имеет ряд преимуществ для ее участников. Среди них, во-первых, возможность использования ресурсов всей сети. Во-вторых, более четкое понимание запросов потребителей. Создание ценности для клиента осуществляется не по цепочке, а является результатом одновременного и взаимного обмена всех ее участников. Рост числа потребителей платформы увеличивает ценность



ОРЕХОВА Светлана Владимировна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики
предприятий

Уральский государственный
экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-17-21
E-mail: bentarask@mail.ru



БАУСОВА Юлия Сергеевна

Инженер Управления по научно-
исследовательским работам

Уральский государственный
экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-26-33
E-mail: mailjulia@yandex.ru

Ключевые слова

ДВУСТОРОННЯЯ ПЛАТФОРМА
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
СТЕЙКХОЛДЕР
БИЗНЕС-МОДЕЛЬ
РЕСУРСНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ

JEL classification

L14, L82

Resource Dependence and Strategies of a Scholarly Journal's Two-Sided Platform

Abstract

The paper delves into resource dependence of Russian scholarly journals' strategies on stakeholders. We state that a business model of a scholarly journal is a two-sided platform of a specific type where the platform's core is multi-leveled and the target efficiency of the research object is hardly associated with financial profit. The authors distinguish the factors that determine a journal's dependence on stakeholders. Based on resource dependence theory and stakeholder theory we prove that stakeholders influence the strategic choice of a journal with respect to a number of characteristics that determine its target efficiency. The study shows that the key stakeholder of a scientific journal is its owner. We identify the major response strategies of a scholarly journal to stakeholders' requirements according to the resources available and discuss reasons behind a decrease in the level of target efficiency of Russian scientific journals. The obtained results can be of use for scientists and practitioners working in the market for scientific publications.

Svetlana V. OREKHOVA

Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of Enterprises Economics Dept.

**Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
E-mail: bentarask@list.ru**

Yulia S. BAUSOVA

Engineer of the Department for Scientific Research

**Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
E-mail: aceclub@list.ru**

продукта (в цепи создания стоимости этой зависимости не наблюдается). В-третьих, гарантированное получение дохода за счет низкой конкуренции среди смежников и обязательной выгоды для всех участников сети вне зависимости от уровня их власти.

Любое коммерческое издание является классической платформой. Однако у научного журнала существуют важные отличия (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ характеристик коммерческой платформы и платформы научного журнала

| Критерий сравнения | Коммерческая двусторонняя платформа | Двусторонняя платформа научного журнала |
|-------------------------------|---|--|
| Характеристика | Отношения трех участников рынка, один из которых является посредником между продавцами и покупателями | Отношения трех участников рынка исследований по поводу создания, распространения и использования информационного ресурса, при этом один из участников – издательство – является площадкой и посредником для взаимодействия авторов и читателей |
| Цель создания | Получение доходов за счет сетевых эффектов ¹ | Получение различных выгод за счет сетевых эффектов: репутационных, легитимности, экономических и пр. |
| Ядро бизнес-модели (медиатор) | Как правило, фирма, которая планирует получить доход (часто – держатель технологии) | Многоуровневое. Целевая эффективность журнала зависит от целевых установок держателей ядра |
| Отношения с потребителем | Потребители являются частью сети (продавцы и покупатели, для которых организовано взаимодействие) | Потребители часто могут иметь непосредственное отношение к держателю ядра |
| Тип сети | Как правило, открытая | Может быть полузакрытая, но не из-за малого объема потребителей (как на промышленных рынках), а в результате создания модели «закрытого клуба» в виде жесткой системы отбора, узкой специализации и других барьеров |

¹ Под сетевым эффектом понимается влияние количества пользователей платформы на ценность, создаваемую для каждого из них [33. P. 32–33].

Keywords

TWO-SIDED PLATFORM
SCHOLARLY JOURNAL
STAKEHOLDER
BUSINESS MODEL
RESOURCE DEPENDENCE

JEL classification

L14, L82



Структура стейкхолдеров двусторонней платформы научного журнала

При сетевом взаимодействии кардинально меняется понимание того, каких стейкхолдеров считать внутренними, а каких – внешними по отношению к объекту исследования. Поскольку потребители становятся непосредственными участниками бизнес-модели, их роль в сети так же важна, как и участников самого ядра. Внешними стейкхолдерами по-прежнему остаются государственные органы, прямые и потенциальные конкуренты и др. Структура стейкхолдеров для научного журнала представлена на рисунке.

Как отмечалось, модель двусторонней платформы научного журнала весьма специфична. Во-первых, ее главное отличие от классической (коммерческой) двусторонней платформы – многоуровневость ядра и, соответственно, необходимость учета целей всех его участников.

Во-вторых, часть потребителей услуг журнала (как читателей, так и авторов) может иметь непосредственное отношение к ядру платформы – быть преподавателями вузов и(или) членами редакционной коллегии. Такое неформальное «вхождение» в ядро платформы потребителей позволяет утверждать, что степень их влияния на стратегию журнала существенно выше, чем в классической платформе. Иными словами, на практике как авторы, так и читатели определенным образом сегментируются на «своих» и «чужих»¹. При этом сегментирование может происходить по разным критериям: от принципа «знакомства с редактором» до оценки статуса ученого на

¹ В первую очередь, конечно же, авторы. Хотя читатели в условиях наукометрического манипулирования (термин из [3. С. 106]) тоже могут стать важным ресурсом повышения целевой эффективности журнала.

рынке экономических исследований. В результате формально открытая платформа в действительности является «полузакрытой», когда правила пользования сетью для одних участников становятся менее выгодными, чем для других.

В-третьих, целевая эффективность научных журналов имеет лишь опосредованное отношение к экономической эффективности. Экономический результат деятельности журнала, его монетизация будут обусловлены не качеством издательских услуг, а наукометрическими и репутационными характеристиками журнала. При этом российский рынок исследований демонстрирует достаточно четкое деление научных журналов на три группы: 1) ориентирующиеся на качество исследований и рост репутации; 2) ориентирующиеся на поддержание аккредитационных показателей вуза-собственника; 3) ориентирующиеся на получение дохода от авторов. Четвертая группа – журналы, ориентирующиеся на получение платы от авторов или читателей за качественный информационный контент, – на рынке российских исследований представлена фрагментарно.

В-четвертых, участники платформы научного журнала находятся в конкурентных и симбиотических отношениях одновременно², что обуславливает дихотомию сетевых взаимоотношений. С одной стороны, продвижение жур-

² При конкурентных взаимоотношениях результат, достигнутый одним участником, может быть улучшен только при ухудшении результата другого участника, так как всем участникам для выживания нужны идентичные ресурсы; при симбиотической зависимости результаты деятельности одного участника являются ресурсами для другого, так как им требуются разные ресурсы [35. Р. 42–43].

нала зависит от количества авторов и качества взаимодействия с ними, с другой – для формирования репутации журнала требуется рецензирование статей, что само по себе служит потенциальной причиной конфронтации.

Наконец, в-пятых, ученые – пользователи журнала сами входят в различные сетевые научные сообщества. Соответственно, их предпочтения относительно пользования журналом будут определяться «коллективным мнением» сети. Как отмечают Е.В. Балацкий и Н.А. Екимова, «рынки ... исследований характеризуются сложной системой отношений участников, когда каждый из них стремится вступить в "сделку" только с равными себе субъектами системы» [3. С. 100]. Поскольку такие сообщества неформальны, но институционализированы, изменить сложившиеся установки и правила в них довольно трудно.

Внешние стейкхолдеры, особенно на нынешнем этапе развития российского рынка исследований, имеют существенное значение. Здесь можно выделить два главных фактора, определяющих стратегию реагирования научного журнала на действия стейкхолдеров:

1) объем и скорость изменений требований со стороны государственных органов и организаций, регламентирующих институциональную среду рынка исследований в России;

2) конкуренция среди высших учебных заведений, определяющая поведение научных сообществ этих вузов.

РЕСУРСНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ И ЦЕЛЕВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДВУСТОРОННЕЙ ПЛАТФОРМЫ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА

Методологической основой исследования послужила теория ресурсной зависимости Дж. Пфеффера и Дж. Саланчика [35]. Идеология этой теории легла в основу теории заинтересованных сторон [13; 21]. Развитие сетевых форм организации бизнеса дало дополнительный толчок для дискуссии в этой области [14–16; 18].

Согласно данным теориям, заинтересованные стороны поставляют бизнесу ресурсы, потому что в результате его деятельности они получают ресурсы для себя. Таким образом, отношения между бизнесом и его стейкхолдерами выстраиваются вокруг ресурсного обмена. Зависимость объекта от контрагентов определяется совокупностью факторов, связанных с доступом к ресурсам (табл. 2).

Таким образом, зависимость научного журнала от стейкхолдеров определяется концентрацией контроля при распоряжении ресурсами и важностью этих ресурсов для выживания журнала.

Один из значимых выводов теории ресурсной зависимости для целей нашего исследования заключается в том, что бизнес, озабоченный поиском источников обеспечения важных ресурсов, будет искать взаимодействия с держателями этих ресурсов¹. Второй вывод представляет собой постулат о том, что из-за ресурсной зависимости бизнес не может осуществлять свободный стратегический выбор.

¹ Эмпирические подтверждения этому представлены в работах [12; 34].

Сетевая, в том числе платформенная, форма бизнеса априори предполагает сильную зависимость участников друг от друга. То есть *изменение ресурсов, а следовательно поведения, одной группы участников неизбежно ведет к изменению стратегии других групп, т.е. сети в целом.*

Кроме анализа ресурсов важно также определить, какие цели по использованию потенциала этих ресурсов ставит перед собой стейкхолдер. Именно цели стейкхолдера будут определять размер требований, предъявляемых научному журналу.

Д. Хэй и Д. Моррис пишут: «если в организации есть множество принимающих решения групп и определены границы способности организации контролировать их деятельность, тогда больше не очевидно, каков смысл понятия "цели фирмы", если это не некоторая комбинация частных целей» (цит. по: [9. С. 235]). С этим согласуется и позиция Дж. Пфеффера и Дж. Саланчика. Они отмечают: «Взаимозависимость является причиной того, что полученный результат никогда полностью не соответствует ожидаемому. Любое событие, которое зависит более чем от одного воздействующего субъекта, – это результат, определяемый взаимозависимыми субъектами» [35. Р. 40].

Ресурсы, которые вовлечены в обмен, не обязательно должны иметь материальную основу, и это принципиально важный тезис для понимания функционирования научного журнала. Предметом функционирования платформы является информационный обмен. Информация как ресурс выступает формальной целью создания журнала (его миссией, направленной на широкую общественность). Часто основная цель собственника журнала – поддержание (рост) уровня социальной легитимности на рынке экономических исследований. В то же время противоречивость требований со стороны стейкхолдеров размывает цели журнала и снижает его целевую эффективность². Так, есть масса примеров, когда журналы вузов берут плату за публикацию, хотя фактически преследуют иные цели.

При этом, как справедливо отмечает И.Н. Ткаченко, «цели организации и цели участников организации есть понятия безусловно взаимосвязанные, но не тождественные» [9. С. 234]. Таким образом, целевая эффективность двусторонней платформы будет состоять из суммы целевых эффективностей ее участников, скорректированной на уровень власти каждого участника группы. При этом власть будет определяться набором ресурсов участника. Формализованно это представлено ниже:

$$ЦЭ_{дп} = \sum_n^1 ЦЭ_{ст} \times K_B, \quad (1)$$

$$K_B = f(P), \quad (2)$$

где $ЦЭ_{дп}$ – совокупная целевая эффективность двусторонней платформы; $ЦЭ_{ст}$ – целевая эффективность

² Под целевой эффективностью понимается степень соответствия или несоответствия результатов функционирования системы ее целевому назначению.

Таблица 2 – Факторы, определяющие ресурсную зависимость объекта от стейкхолдеров

| Фактор | Характеристика фактора | Основные стейкхолдеры научного журнала, способные использовать фактор влияния |
|---|--|---|
| <i>Ресурсы</i> | | |
| Относительный объем обмена ресурса | Определяется долей затрат или долей общего выпуска продукции, полученной вследствие ресурсного обмена | Авторы и читатели |
| Стабильность поставок ресурса | Чем более редкий ресурс требуется, тем больше неопределенность для бизнеса. Соответственно, организация будет стремиться работать на поставках самых распространенных ресурсов | Авторы, рецензенты |
| Критичность потребляемого ресурса | Способность организации продолжать функционирование в отсутствие ресурса или в отсутствие рынка для сбыта продукта. Ресурс может быть критичным, даже если на его долю приходится малая часть общих затрат | Собственник издательства (финансирование журнала) |
| Степень свободы выбора в распределении и использовании ресурсов | Способность управлять и распоряжаться имеющимися ресурсами; основной источник власти | Собственник издательства |
| Владение ресурсом | Определяется безусловным правом (например, знания) или правом собственности | Авторы (знания и информация) |
| Доступ к ресурсу | Определяется степенью монополизации контроля над ресурсом (степенью влияния лиц, не обладающих ресурсом, на его распределение на рынке) | Базы данных |
| Доступ к альтернативным источникам ресурса | Определяется затратами на смену источника и(или) вида ресурса | Читатели |
| Фактическое использование ресурса и контроль над ним | Определяется целями и задачами участников процесса на стадии использования ресурса. Возможность контролировать использование ресурса – источник влияния для ряда стейкхолдеров | Редакция журнала (редакторы, работники) |
| Изменение правил на рынке ресурсов | Возможность создавать (регулировать) правила по распределению и использованию ресурсов | Министерство науки и высшего образования РФ |
| <i>Требования</i> | | |
| Возможность устанавливать требования | Определяется концентрацией (монополией) контроля над ресурсами или тем, что трансакции с ресурсом или продукцией совершаются небольшим количеством участников рынка | ВАК при Минобрнауки РФ |
| Необходимость выполнения требований | Возникает, когда организация получает ресурсы от субъекта, выдвигающего требования; субъект контролирует распределение, доступ или использование ресурса | Собственник издательства |
| <i>Организационные факторы</i> | | |
| Информированность о требованиях | Организация осведомлена о требованиях, влиять на эти требования она не может | |
| Непротиворечивость | Удовлетворение требований одних участников не противоречит удовлетворению требований других участников | |
| Возможность выполнения | Организация в состоянии выполнить требования | |
| Причины выполнения | Организация стремится выжить | |

Составлено по: [35].

стейкхолдера двусторонней платформы; n – количество стейкхолдеров; K_B – коэффициент власти стейкхолдера, определяющий уровень его влияния на результаты платформы; P – объем и важность ресурса, имеющегося у стейкхолдера, для функционирования платформы.

В развитие этой идеи можно добавить, что цели стейкхолдеров зависят также от их способности (возможности) контролировать решения научного журнала. Ресурсы собственника определяют требования к остальным участникам платформы, в том числе к авторам. Так, авторы, входящие в «ближний круг» собственника (например, члены редколлегии или работники вузов), автоматически имеют доступ к ресурсам журнала с наименьшими потерями. Таким образом, влияние собственника распро-

страняется не только на журнал, но и на всю платформу в целом. Это свидетельство того, что собственник является ключевым стейкхолдером научного журнала.

СТРАТЕГИИ РЕАГИРОВАНИЯ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА НА ТРЕБОВАНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Чтобы снизить ресурсную зависимость, организации используют различные стратегические реакции. Теории, так или иначе затрагивающие вопросы управления ресурсами, по-разному классифицируют и интерпретируют выбор этих стратегий.

Теория сетей (отношенческий подход – Relational view) в качестве основного и эффективного способа получения ресурсов видит совместную мотивацию к получению ре-

Таблица 3 – Стратегии реагирования научного журнала на требования стейкхолдеров в зависимости от их ресурсов

| Стейкхолдер | Конечные цели стейкхолдера (определяют его требования) | Ресурсы, полученные от стейкхолдера | Причина концентрации власти (степень концентрации власти) | Стратегия реагирования научного журнала |
|-------------------------------------|---|--|---|---|
| Собственник журнала | Рост репутации. Соответствие аккредитационным требованиям Министерства науки и высшего образования РФ. Получение дохода | Финансовые ресурсы. Материально-техническое оснащение. Клиентская база | Монополия, легитимность власти | Упреждение или приспособление |
| Учредитель собственника журнала | Результативность системы высшего образования и рынка исследований в целом. Экономическая эффективность | Клиентская база | Монополия, легитимность власти | Упреждение или приспособление |
| Авторы | Рост репутации автора как исследователя. Защита диссертации. Получение дохода | Публикации, т.е. доступ к информации. Финансовые ресурсы | Коллективные действия | Реагирование |
| Читатели | Получение информации | Социальный капитал (репутация). Финансовые ресурсы | Коллективные действия | Реагирование |
| ВАК РФ | Результативность системы высшего образования и рынка исследований в целом | Клиентская база | Монополия, легитимность власти | Приспособление |
| Другие вузы, журналы и издательства | Соответствие аккредитационным требованиям Министерства науки и высшего образования РФ. Снижение конкурентоспособности научного журнала | Клиентская база | Коллективные действия | Защита или реагирование |
| Базы данных и ассоциации | Рост клиентской базы их собственной сети. Получение дохода | Социальный капитал (репутация) | Монополия | Реагирование |

* Причина концентрации власти (степень концентрации власти) – монополия, коллективные действия (ассоциации), легитимность власти и институциональный порядок (обязанность подчиняться, подкрепленная инфорсментом).

зультата. Сеть можно определить как «механизм координации действий фирм по изменению ресурсов и обмену результатами посредством заключения и выполнения длительных отношенческих контрактов» [5. С. 76]. Часть исследователей фокусирует внимание на потенциале межорганизационных связей по созданию ценности (см., например: [19; 23–25]). Другие авторы понимают формирование сети как способ достижения экономии издержек (см., например: [26; 36]).

Согласно Т. Касчарио и М. Пискорскому, одни стратегии имеют односторонний характер: они обходят ограничивающие факторы путем сокращения заинтересованности в ценных ресурсах, поиска альтернативных источников ресурсов либо формирования коалиций. Другие – изменяют структуру зависимости, оказывая прямое воздействие на ту сторону в отношениях, которая создает ограничения [14. Р. 168]. Эти авторы, например, в качестве одного из методов снижения ресурсной зависимости рассматривают кооптацию.

Дж. Пфедфер и Дж. Саланчик наиболее эффективной считают стратегию «поглощение ограничения» (absorbing constraint) [35]. В качестве метода воздействия на стейкхолдеров указываются слияния и поглощения.

С точки зрения неинституционализма, стратегию организации могут определять субъекты и гаранты норм

(по сути – внешние стейкхолдеры). Так, согласно К. Оливеру, можно выделить пять типов стратегических реакций на институциональные процессы: молчаливое согласие, компромисс, уклонение, неповиновение и манипулирование [31].

В теории экономической социологии одним из способов адаптации является институциональный изоморфизм [17; 32]. Его суть заключается в том, что организации конкурируют путем «копирования» удачных бизнес-моделей или моделей развития институциональной среды. На практике такая стратегия повышает шансы на выживание, так как делает организации более легитимными для контактных аудиторий. Д. Мейер и Б. Роуэн выделяют два вида предположений институционального изоморфизма [28]:

1) специфические потребности участников рынка, которые поощряют развитие координирующих и контролирующих структур. Такие структуры вносят вклад в устойчивое развитие организации и обуславливают ее конкурентные преимущества;

2) взаимосвязь сетей, неформальные правила в обществе и лидерство организационных элит, создающие высокоинституционализированную среду. В такой среде организация получает легитимность, стабильность и ресурсы.

Вследствие этого адаптация организации не является в полном смысле слова рациональной, так как стратегический выбор определяется внешними предпосылками. В этом случае важны не столько инновации, сколько уровень согласованности с внешней средой. Такая стратегическая ориентация может приводить к снижению эффективности по затратам и используется в том случае, когда выгоды для собственника *превышают возможную экономию на издержках при использовании других стратегий*.

Наиболее полный, на наш взгляд, набор стратегий представлен в теории перспектив, предложенной Д. Канеманом и А. Тверски [27]. Эта теория описывает выбор между альтернативами с известными вероятностями различных исходов. Разный уровень зависимости выражается в различных стратегиях взаимодействия, таких как реагирование, защита, приспособление и упреждение. Утверждается, что с заинтересованными сторонами, которые важны для выживания, необходимо контактировать с позиций упреждения или как минимум приспособления. Стратегии защиты и(или) реагирования могут применяться для взаимодействия с менее важными для деятельности предприятия участниками рынка.

На основании типологии Д. Канемана и А. Тверски мы выделили стратегии реагирования научного журнала (табл. 3). Такой анализ позволил обозначить основные группы ресурсов, которые вовлечены в обмен между научным журналом, внутренними и внешними стейкхолдерами платформы.

Собственник издательства (matchmaker 1) для научного журнала является ключевым стейкхолдером, определяющим его цели и задачи. Данный факт объясняется не только прямым финансированием издательства журнала и монопольной властью собственника, но и зави-

симостью между репутацией собственника и возможностью в соответствии с нею привлекать исследования определенного уровня.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. НАПРАВЛЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Сетевые взаимоотношения смещают акценты стратегического управления с внутреннего на внешний фокус, ориентируясь на внешних (относительно ядра платформы) участников. С учетом специфики двусторонней платформы научного журнала становится понятно, что стратегия его развития будет зависеть от собственника. Данный факт объясняется тем, что научный журнал редко выступает самостоятельной единицей на рынке, он напрямую зависит от финансовых ресурсов и, соответственно, требований собственника. Требования собственника, в свою очередь, во многом объясняются спецификой институциональной среды (требованиями внешних стейкхолдеров).

Предложенный теоретический конструкт может служить основанием для дальнейших эмпирических исследований. Стратегическое развитие журналов осложняется постоянной трансформацией целей стейкхолдеров, институциональным влиянием стейкхолдеров «внешнего» уровня, слабыми внутриплатформенными связями между авторами и читателями журнала.

Для российских журналов переход на стратегию устойчивого развития затруднен неравной конкуренцией с зарубежными журналами, которые входят в базы данных Scopus и Web of Science и «оттягивают» качественные российские публикации. В свою очередь, это приводит к еще большему неравенству на рынке исследований развитых и развивающихся стран. ■

Библиографическая ссылка: Орехова С.В., Баусова Ю.С. Ресурсная зависимость и стратегии двусторонней платформы научного журнала // Управленец. 2018. Т. 9. №4. С. 93–101. DOI: 10.29141/2218-5003-2018-9-4-10.

For citation: Orekhova S.V., Bausova Yu.S. Resource Dependence and Strategies of a Scholarly Journal's Two-Sided Platform. *Upravlenets – The Manager*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 93–101. DOI: 10.29141/2218-5003-2018-9-4-10.

Источники

1. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Конкуренция экономических журналов России: итоги трех волн рейтингования // Экономическая политика. 2017. Т. 12. № 6. С. 178–201.
2. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Консенсусный рейтинг российских экономических журналов: идеология и опыт составления // Журнал институциональных исследований. 2018. Т. 10. № 1. С. 93–106.
3. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Опыт составления рейтинга российских экономических журналов // Вопросы экономики. 2015. № 8. С. 99–115.
4. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Рейтингование участников российского рынка экономических исследований // Журнал институциональных исследований. 2015. Т. 7. № 3. С. 102–121.
5. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса / под науч. ред. М.Ю. Шерешевой. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2014.
6. Муравьев А.А. О российской экономической науке сквозь призму публикаций российских ученых в отечественных и зарубежных журналах за 2000–2009 гг. // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2011. Т. 15. № 2. С. 237–264.
7. Полтерович В.М. Миссия экономического журнала и институт рецензирования // Журнал Новой экономической ассоциации. 2011. № 12. С. 194–197.
8. Стерлигов И. Пилотный проект по оценке российских научных журналов. М.: НИУ ВШЭ, 2014. URL: <http://slidegur.com/doc/225135/pilotnyj-proekt-vshe-poe-kspertnoj-ocenke-rossijskih>.
9. Ткаченко И.Н. Эволюция внутрифирменных корпоративных отношений. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2001.
10. Третьякова О.В. Экономический журнал в России: проблемы оценки качества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 2(44). С. 211–224.
11. Юревич М.А., Цапенко И.П. Математизация экономической науки в зеркале библиометрии // Terra Economicus. 2016. Т. 14. № 3. С. 16–28.
12. Aldrich H. Organizational Boundaries and Inter-Organizational Conflict // Human Relations. 1971. No. 24. P. 279–293.
13. Berry J.M. The Interest Group Society. 2nd ed. Boston: Little, Brown, 1984.
14. Cascario T., Piscorski M. Power Imbalance, Mutual Dependence, and Constraint Absorption: A Closer Look at Resource Dependence // Administrative Science Quarterly. 2005. Vol. 50. P. 167–199.
15. Chiambaretto P. Resource Dependence and Power-Balancing Operations in Alliances: The Role of Market Redefinition Strategies // Management. 2015. Vol. 18. P. 205–233.
16. Cui A.S. Portfolio Dynamics and Alliance Termination: The Contingent Role or Resource Dissimilarity // Journal of Marketing. 2013. Vol. 77(3). P. 15–32.
17. DiMaggio P.J., Powell W.W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // American Sociological Review. 1983. Vol. 48. P. 147–160.
18. Donaldson T., Preston L. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications // Academy of Management Review. 1995. Vol. 20. No. 1. P. 65–91.
19. Eisenhardt K.M., Schoonhoven C.B. Resource-Based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Explanations in Entrepreneurial Firms // Organization Science. 1996. No. 7(2). P. 136–150.
20. Evans D.S. Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms. Boston: Harvard Business Review Press, 2016.
21. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984.
22. Gawer A., Cusumano M.A. Platform leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive industry innovation. Boston: Harvard Business Review Press, 2002.

References

1. Balatskiy Ye.V., Yekimova N.A. Konkurentsiya ekonomicheskikh zhurnalov Rossii: itogi trekh voln reytingovaniya [Competition of economic journals in Russia: results of three waves of rating]. *Ekonomicheskaya politika – Economic Policy*, 2017, vol. 12, no. 6, pp. 178–201.
2. Balatskiy Ye.V., Yekimova N.A. Konsensusnyy reyting rossiyskikh ekonomicheskikh zhurnalov: ideologiya i opyt sostavleniya [Consensus rating of Russian economic journals: ideology and experience of compilation]. *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy – Journal of Institutional Research*, 2018, vol. 10, no. 1, pp. 93–106.
3. Balatskiy Ye.V., Yekimova N.A. Opyt sostavleniya reytinga rossiyskikh ekonomicheskikh zhurnalov [Experience in compiling the rating of Russian economic journals]. *Voprosy ekonomiki – Issues of Economics*, 2015, no. 8, pp. 99–115.
4. Balatskiy Ye.V., Yekimova N.A. Reytingovanie uchastnikov rossiyskogo rynka ekonomicheskikh issledovaniy [Rating of participants in the Russian market of economic research]. *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy – Journal of Institutional Research*, 2015, vol. 7, no. 3, pp. 102–121.
5. Sheresheva M.Yu. (ed.) *Metodologiya issledovaniya setevykh form organizatsii biznesa* [Methodology of studying network forms of business organization]. Moscow: HSE Publishing house, 2014.
6. Murav'ev A.A. O rossiyskoy ekonomicheskoy nauke skvoz' prizmu publikatsiy rossiyskikh uchenykh v otechestvennykh i zarubezhnykh zhurnalakh za 2000–2009 gg. [On Russian economics through the prism of publications of Russian scientists in national and foreign journals in 2000–2009]. *Ekonomicheskij zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki – Economic Journal of Higher School of Economics*, 2011, vol. 15, no. 2, pp. 237–264.
7. Polterovich V.M. Missiya ekonomicheskogo zhurnala i institut retsenzirovaniya [Mission of the economic journal and the institution of peer-reviewing]. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii – Journal of the New Economic Association*, 2011, no. 12, pp. 194–197.
8. Sterligov I. *Pilotnyy proekt po otsenke rossiyskikh nauchnykh zhurnalov* [Pilot project on the evaluation of Russian scientific journals]. Moscow: NIU VShE, 2014. Available at: <http://slidegur.com/doc/225135/pilotnyj-proekt-vshe-poe-kspertnoj-ocenke-rossijskih>.
9. Tkachenko I.N. *Evolutsiya vnutfirmennykh korporativnykh ot-nosheniy* [Evolution of internal corporate relations]. Yekaterinburg: Institute of Economic of the RAS (Ural Branch), 2001.
10. Tret'yakova O.V. Ekonomicheskij zhurnal v Rossii: problemy otsenki kachestva [Economic journal in Russia: problems of quality assessment]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz – Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2016, no. 2(44), pp. 211–224.
11. Yurevich M.A., Tsapenko I.P. Matematizatsiya ekonomicheskoy nauki v zerkale bibliometrii [Matematization of economic science in the mirror of bibliometry]. *Terra Economicus*, 2016, vol. 14, no. 3, pp. 16–28.
12. Aldrich H. Organisational Boundaries and Inter-Organizational Conflict. *Human Relations*, 1971, no. 24, pp. 279–293.
13. Berry J.M. *The Interest Group Society*. 2nd ed. Boston: Little, Brown, 1984.
14. Cascario T., Piscorski M. Power Imbalance, Mutual Dependence, and Constraint Absorption: A Closer Look at Resource Dependence. *Administrative Science Quarterly*, 2005, vol. 50, pp. 167–199.
15. Chiambaretto P. Resource Dependence and Power-Balancing Operations in Alliances: The Role of Market Redefinition Strategies. *Management*, 2015, vol. 18, pp. 205–233.
16. Cui A.S. Portfolio Dynamics and Alliance Termination: The Contingent Role or Resource Dissimilarity. *Journal of Marketing*, 2013, vol. 77(3), pp. 15–32.
17. DiMaggio P.J., Powell W.W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 1983, vol. 48, pp. 147–160.

23. Hamel G. Competition for Competence and Inter-Partner Learning within International Strategic Alliances // *Strategic Management Journal*. 1991. Vol. 21. P. 83–103.
24. Harrison H.M., Hoskinsson R.E., Ireland R.D. Resource Complementarity in Business Combinations: Extending the Logic to Organizational Alliances // *Journal of Management*. 2001. No. 6. P. 679–690.
25. Hitt M.A., Dancin M.T., Levitas E., Arregle J.L., Borza A. Partner Selection in Emerging and Developed Context: Resource-Based and Organizational Learning Perspectives // *Academy of Management Journal*. 2000. Vol. 43. P. 449–467.
26. Jarillo J.C. On Strategic Networks // *Strategic Management Journal*. 1988. Vol. 9. № 1. P. 31–41;
27. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk // *Econometrica*. 1979. No. 47(2). P. 263–292.
28. Meyer J.B., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony // *The American Journal of Sociology*. 1977. Vol. 83. P. 340–363.
29. Moazed A. What is a Platform? URL: <https://www.applicoinc.com/blog/what-is-a-platform-business-model>.
30. Moazed A., Johnson N.L. *Modern Monopolies: What It Takes to Dominate the 21st Century Economy*. N.Y.: St. Martin's Press, 2016.
31. Oliver C. Strategic responses to institutional processes // *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. P. 145–179.
32. Orekhova S.V. Institutional Isomorphism of Industrial Enterprises // *Espacios*. 2017. No. 38(57). P. 21.
33. Parker G.G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P. *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy – And How to Make Them Work for You*. N.Y.: W.W. Norton & Company Inc., 2017.
34. Pfeffer J. Size and Composition of Corporate Boards of Directors. The Organization and Its Environment // *Administrative Science Quarterly*. 1972. No. 17. P. 218–228.
35. Pfeffer J., Salancik G. The External Control of Organizations // *Resource Dependence Perspective*. N.Y.: J. Harper & Row Publishers, 1978. P. 39–61.
36. Williamson O. Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives // *Administrative Science Quarterly*. 1991. Vol. 36. № 2. P. 269–296.
18. Donaldson T., Preston L. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, no. 1, pp. 65–91.
19. Eisenhardt K.M., Schoonhoven C.B. Resource-Based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Explanations in Entrepreneurial Firms. *Organization Science*, 1996, no. 7(2), pp. 136–150.
20. Evans D.S. *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Boston: Harvard Business Review Press, 2016.
21. Freeman R.E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman, 1984.
22. Gawer A., Cusumano M.A. *Platform leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive industry innovation*. Boston: Harvard Business Review Press, 2002.
23. Hamel G. Competition for Competence and Inter-Partner Learning within International Strategic Alliances. *Strategic Management Journal*, 1991, vol. 21, pp. 83–103.
24. Harrison H.M., Hoskinsson R.E., Ireland R.D. Resource Complementarity in Business Combinations: Extending the Logic to Organizational Alliances. *Journal of Management*, 2001, no. 6, pp. 679–690.
25. Hitt M.A., Dancin M.T., Levitas E., Arregle J.L., Borza A. Partner Selection in Emerging and Developed Context: Resource-Based and Organisational Learning Perspectives. *Academy of Management Journal*, 2000, vol. 43, pp. 449–467.
26. Jarillo J.C. On Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, 1988, vol. 9, no. 1, pp. 31–41.
27. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 1979, no. 47(2), pp. 263–292.
28. Meyer J.B., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *The American Journal of Sociology*, 1977, vol. 83, pp. 340–363.
29. Moazed A. *What is a Platform?* Available at: <https://www.applicoinc.com/blog/what-is-a-platform-business-model>.
30. Moazed A., Johnson N.L. *Modern Monopolies: What It Takes to Dominate the 21st Century Economy*. N.Y.: St. Martin's Press, 2016.
31. Oliver C. Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 1991, vol. 16, pp. 145–179.
32. Orekhova S.V. Institutional Isomorphism of Industrial Enterprises. *Espacios*, 2017, no. 38(57), pp. 21.
33. Parker G.G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P. *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy – And How to Make Them Work for You*. N.Y.: W.W. Norton & Company Inc., 2017.
34. Pfeffer J. Size and Composition of Corporate Boards of Directors. The Organization and Its Environment. *Administrative Science Quarterly*, 1972, no. 17, pp. 218–228.
35. Pfeffer J., Salancik G. The External Control of Organizations. In: *Resource Dependence Perspective*. N.Y.: J. Harper & Row Publishers, 1978, pp. 39–61.
36. Williamson O. Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives. *Administrative Science Quarterly*, 1991, vol. 36, no. 2, pp. 269–296.